

구멍가게의 컴퓨터화



金 貞 欽
高麗大 教授 / 理博

PC 한대도 없는 구멍가게 슈퍼와 컴퓨터 세탁소

말이 앞서가는 시대가 되었다. 운전수 아저씨는 기사라 불러야 하고 식모아주머니에게는 가정부라는 명칭을 써야만 한다. 또 수위아저씨는 경비요원으로 명칭이 바뀌고 청소부 아저씨도 요새는 위생관리원으로 높여 부른다. 그래서 그런지 동네의 구멍가게도 復興슈퍼니 安岩슈퍼니해서 어느새도 모르게 슈퍼마켓으로 호칭되고 있고 혼자서 하는 세탁소도 컴퓨터세탁소라 이름을 내걸어야 손님이 온단다.

그런데 문제는 결과 안이다. 이름이야 어떻게 불렀던간에 내용만 알차면 무슨 상관이 있겠는가 말이다. 그래서 그 컴퓨터세탁소란 과연 어떻게 되어 있는가 살펴보았더니 옛날과 하나도 다를바가 없이 평범하게 주인 혼자서 하는 세탁소였다. 물론 컴퓨터로 세탁기를 관리하는 것도 아니고, 개인컴퓨터로 고객을 관리하고 있는 것도 아니다. 그러니 그 세탁소처

럼 컴퓨터세탁소라 할때의 「컴퓨터」란 뜻은 빨리 세탁해 들입니다」라 할때의 「빨리」를 뜻하는 것 같다. 컴퓨터는 눈깜박할 사이에도 사람의 몇백배나 몇만배도 더 빨리 계산을 해주니 「컴퓨터 세탁소」하면 눈 깜박할 사이에 세탁을 해준다는 뜻이 될 것이다. 물론 그렇다고 예전에 비해 세탁속도가 빨라진 것은 하나도 없는 데도 말이다. 그러니 명칭만 앞서가고 있는 셈이다.

구멍가게의 컴퓨터화는 왜 늦어지는가?

마찬가지로 부흥슈퍼니 安岩슈퍼니 하는 群小 구멍가게도 개인컴퓨터(PC)가 없기는 마찬가지이다. 이름만 「슈퍼」를 붙였을 뿐이지 컴퓨터화와는 무관했던 것이다. 기계화된 부분이 있다면 영수증을 발행해 주는 금전등록기가 한대 있을 뿐인데, 그것조차 사용치 않는 구멍가게 슈퍼는 얼마든지 있다. 그러니 고객관리니 재고관리니 또는 상품관리가 제대로 되어 있을 리없다. 그저 주먹구구식으로 모든 것을 주인의 기억력 하나에 의존하는 수밖에 없다.

그 결과 어느 손님이 와서 진열된 상품을 몽땅 글러가고 나면, 한 반년동안은 그 상품은 입하되지 않는다. 현물이 진열대에서 살아졌으니 눈에 띄지 않게 되고 따라서 그 상품이 있는지 없는지, 그리고 그 상품이 매진이 되었는지 품절이 되었는지 전연 알 수 없게 되어 있어 재주문리스트에서 사라지기 때문이다. 상품관리가 전연 안되어 있었던 것이다.

실제로 필자는 학교 근처에 있는 그런 종류의 구멍가게 슈퍼에서 반년 이상이나 품질원칙 재주문을 하고 있지 않는 상품이 여러개 있다는 것을 알고 있다. 그래서 그 구멍가게에 들릴 때마다 주문해 달라고 부탁을 하는데도 「네」하고 대답은 잘 하면서도 좀처럼 주문해 주지는 않는다. 우리나라 사람들의 일반적 습성으로 자기의 기억력만 믿는지 절대로 메모를 해두는 일이 없기 때문이다. 그래서 한 두달쯤 가서 다

시 이야기 하면 「아차, 잊었구나! 요다음에는 꼭 주문하지요!」하고 대답을 한다. 그러나 웬걸 한 두달 후에 다시 가면 여전히 그 상품은 품절된 상태를 유지하고 있다.

그러니 컴퓨터화니 시스템화니 할 단계라기 보다 이런 구멍가게 슈퍼에서는 우선 메모라도 하는 습관부터 길러주어야 하지 않을까 생각된다.

메모의 필요성, PC사용 필요성에 대한 계몽

일반적으로 부부가 경영하는 단독 구멍가게에서 취급할 수 있는 상품의 품목수는 600~800개가 한도라고 한다. 그리고 이런 경우에도 거래선이나 도매상의 수는 100개나 된다고 한다. 그것은 우리나라의 상품의 유통채널이 아직은 소매업 상대로 일괄공급을 할 단계에는 와 있지 않기 때문이다. 따라서 구멍가게의 경우도 일일이 여러 도매상 및 여러 제조업체와의 직거래에 의하는 수밖에 없기 때문이다.

물론 최근에 이르러 여러 편의점(Convenience Store)의 연쇄점(Chain)이 출범을 하고 있으나 아직은 점포수가 극소수에 불과하며 대부분의 영세소매점은 전근대적인 수작업이라 할까, 주먹구구식으로 상품관리나 고객관리를 하고 있는 실정이다.

따라서 이런 비능률적인 상황을 타파하려면 우선 이런 구멍가게에 POS(Point of Sales, 판매시점 정보관리시스템) 단말기를 설치하는 단계에까지 이끌고 가야만 한다.

그러나 POS라던가 또는 POS사용을 위한 바코드(Bar Code)사용의 보급은 아직도 요원해 보인다. 즉 간단한 메모마저도 하기 싫어하는 습성이 만연되어 있는 가운데 컴퓨터를 이용한 관리부터 먼저 하지는 것은 무리인 듯 하다. 그러나 우선 계몽운동부터 전개시키는 수밖에 없다. 주먹구구로는 기억력에 한계가 있다는 것, 메모를 남기지 않고 구두로만 약속을 한다는

것은 잊어버리기 쉽다는 것, 또 잊지 않더라도 숫자기억에는 착오가 생긴다는 것, 따라서 모든 것은 메모에 남긴다는 습관부터 길러주어야만 한다. 그리고 나서 종이에 기록하는 그 메모보다도 PC로 입력시켜둔 기억쪽이 훨씬 기억용량도 크고, 정확하다는 것, 따라서 결국은 컴퓨터(최소한 PC)를 써야만 한다는 것을 인식시켜 주어야만 한다.

구멍가게의 컴퓨터화

POS를 쓰건 PC를 쓰건 어찌됐던 구멍가게도 싫건 좋건 이제는 컴퓨터 신세는 져야 한다.

예컨대 일본의 경우 편의점이 아니더라도 거의 모든 소매점은 POS까지는 안가더라도 최소한 PC를 써서 훌륭하게 고객관리, 상품관리, 매상관리를 하고 있다.

예컨대 어느 손님이 어느날 저녁 구멍가게A에 들려 양주를 이리저리 고른다고 하자. 그러면 으레히 주인이 나타나

「무엇을 도와 드릴까요? 양주말입니까? 그런데 댁에서 직접 쓰시나요, 또는 어느집에 선물로 사가시는 건가요?」

하고 묻는다. 어느쪽이건 어떤 술이 좋은가를 조언해주기 위해서이다.

「네, 저희 회사 총무부장님댁에 초청되시는 길인데요」

「총무부장님? 혹시 사또오 가즈마사 부장님 아니신가요」

「네, 그것을 어떻게?」

「이 동네 총무부장님이시라면 사또오부장님 뿐이니까요, 잠깐만 기다리세요」하더니 그 점포주인은 PC 건반을 두들긴다.

「아, 사또오 부장님이 가장 좋아 하시는 술은 시바스 리갈이군요, 안주는 훈제 안초비이구요!」

「네?!」

하고 그 손님은 깜짝 놀란다. 컴퓨터에는 사또오 부장에 관한 갖가지 정보가 잔뜩 입력 되어

있다. 스포츠, 가족상황, 즐기는 술과 안주, 취미 등등.

「잠깐만 기다리세요. 아하 오늘은 사또오 부장님의 도자기 혼식날(China Anniversary) 이군요! 결혼 20주년 기념일이 바로 오늘이군요. 그래서…」

「네? 오늘이 사또오 부장님의 결혼 20주년 기념일? 아 그래서 우리 부부를 초청했구나. 난 또 그것도 모르고……」 그러자 점포집 주인은

「네 그렇습니다. 그러면 손님! 부장님 사모님께도 무엇인가 사가지고 가서야지요. 좀 있자. 아, 부장님 사모님은 히야신스 꽃을 제일 좋아하시는군요. 히야신스는 지금이 한창인데 저희집에는 꽃은 없습니다만 바로 두집 건너 오른쪽에 꽃가게가 있습니다」하고 그 주인은 놀라운 정보를 제공해 준다.

구멍가게의 컴퓨터화

비록 POS까지는 안가더라도 PC하나만 있다면, 이 정도의 고객관리는 가능해진다.

또 바 코드 리더(Bar Code Reader)가 달린 금전등록기(Cash Register)가 있다면, 구멍가게서도 POS를 써서 손쉽게 상품관리, 매상관리를 추가시킬 수가 있다.

그 바 코드는 굵고 가는 줄무늬로 되어 있고, 줄무늬의 수와 굵기 및 줄사이의 간격에 의해 여러개의 숫자를 표시하게 되어 있다. 보통의 경우 13개 있는 숫자(줄무늬로 표시)중 처음 2개는 나라(國家)코드, 다음 5개는 제조회사 코드(Code), 다음 5개는 상품명 코드, 나머지 하나는 바 코드에 적힌 숫자(Code)를 읽을때 생기는 에러(잘못)를 검출해내기 위한 숫자이다.

이 바 코드와 소매상을 위한 알맞는 소프트웨어(프로그램)만 있다면, PC를 갖고도 그날 그날의 매상고는 물론이려니와 필요하다면 아침 7시 개점부터 매시간 단위의 매상상황 또는 한달간 또는 두달간 또는 임의의 기간에 걸친

매상통계 등등도 알아 낼 수 있다.

또 재고관리도 단추 하나로 언제든지 일목요연하게 표시해 줄 수가 있다. 그 재고잔고표에는 입하시 최대수량, 현시점에서의 수량, 그리고 재주문을 필요로 하는 수량 등이 일람표에 나와 있기 때문에 현시점에서 무엇을 재주문해야 되는지 단번에 알아낼 수 있다.

사실은 필요한 재주문상품명과 재주문수량을 알려주게하는 프로그램은 이미 소프트웨어 안에 들어있어 단추하나로만 눌러 준다면 언제라도 컴퓨터 표시판 화면에 나타내 주도록 되어 있다. 그러니 옛날처럼 일일이 손과 눈으로 직접 잔고를 확인한다거나 하는 일은 하지 않아도 된다.

팩시밀리의 활용

여기에 추가해서 팩시밀리(Facsimile, 팩스, fax라고도 함)까지 활용한다면 구멍가게의 컴퓨터화는 더 한층 그 수준이 높아진다.

아시다시피 팩시밀리(모사전송장치)는 전화 회선을 이용한 서면전송장치이다. 기종에 따라 발송속도에 차이가 있기는 하지만 보통의 경우가 전자전송지의 한쪽의 크기와 같은 크기인 B5판 서면같으면 20초~60초 사이에 한장꼴로 세계의 어느누구(단 Fax를 가진 사람)에게도 보낼 수가 있다.

따라서 이 팩스는 필요한 주문상품명과 수량을 적어서 도매상 또는 제조회사 또는 그 판매 대리점에 단추하나로 주문서를 발송할 수가 있다. 단 20~60초 사이에 말이다.

전화처럼 잘못 들어서 수량이 잘못되는 일도 없고, 보통의 우편처럼 며칠이나 걸려 배달되는 일도 없고 또 요금도 우편값보다도 싼 단돈 25원(시내의 경우 전화 1회 통화료)이면 보낼 수가 있다. 또 송신자나 수신자 모두가 원본과 사본을 갖고 있어 증거도 남게 된다.

어쨌든 이런 방법으로 구멍가게 소매점의 컴퓨터화도 그리 힘들지는 않게 되었다. 더구나

국내에서도 현재 거의 모든 상품마다 바 코드가 첨부되어가고 있는 만큼 PC에 의한 매상관리, 재고관리, 고객관리도 손쉽게 할 수 있는 시대가 되어가고 있다.

다만 이를 위해서는 우선 이와 같은 필요성과 편리성을 群小구멍가게에게 주지시키는 계몽사업이 앞서야 하고, 둘째로는 누구나 손쉽게 쓸 수 있는 구멍가게용 소프트웨어가 개발

이 되어야만 한다. 또 이를 위해 컴퓨터메이커들도 상설 시범장을 개발해서 POS화·컴퓨터화가 손쉽다는 것을 일반 구멍가게 주인에게 보여주어야 한다. 그렇게 함으로서 소매점도 이득을 보게되고 컴퓨터 메이커도 컴퓨터 단말기를 많이 팔 수 있게 되어 이득을 얻게 될 것이다.

영업비밀 신간안내

— 개정 불정경쟁방지법의 축조해설과 기업의 대응전략 —

특허청 조사과장(영업비밀보호 입법위원) 황의창 지음

최근 급속한 기술혁신과 경제사회의 소프트(soft)화, 정보화 경향에 따라 기업의 영업비밀정보가 대량생산되고 거래 또한 활발해지면서 영업비밀의 중요성이 날로 높아지고 있는 가운데 그 관리와 유출이 새로운 사회적 문제로 제기되고 있다. 이에따라 영업비밀을 제도적, 법적으로 보호하기 위해 개정된 부정경쟁방지법이 1992년중에 시행될 예정이어서 기업들은 생산된 영업비밀을 보호받고 타인의 영업비밀을 침해치 않도록 효과적인 대응방안을 수립·실시해야 된다. 이 책은 입법과정에서 부터 깊숙히 간여한 저자가 영업비밀 보호규정에 대한 해설과 기업의 대처방안 등을 예시하면서 상세하게 설명하고 있다.

育法社刊(765-4380), 價格 12,000원

